

## 観光フォーラム

## ツーリズムの定義・概念・理論類型

## —ツーリズム理論研究の出発点の諸問題—

## Definitions, Concepts and Theories of Tourism : What is Tourism?

大橋 昭一

Shoichi Ohashi

和歌山大学客員教授、名誉教授

## I. はじめに—問題の所在

ツーリズムの研究は、今日、世界的に日進月歩で進んでいるが、その研究では、まず、そもそもツーリズムとは何をいうかについて、定義（definition）と概念（concept）とを区別しておく必要がある。さらに、それらに立脚する理論類型（type of theory）にはどのようなものがあるか、という点などが理論的方法論の出発点になる。ツーリズム研究（観光学研究を含む）には、これらの点に関し多様な考え方があり、研究の進展上整理しておくことが望ましい（本稿でいう“ツーリズム”には意味的には“観光”を含むが、特段に“観光”をも指すことを強調したいような場合等にはその旨を明記している）。

そうしたところ 2017 年、カナダ、ゲルフ大学のスミス（Stephen L. J. Smith）により、ツーリズム研究の学問論的方法論的諸問題を全般的に解明した書物『ツーリズム研究に必要な方法論的入門知識』（Smith, 2017：第 2 版：ただし上記邦訳書名は意訳的なもの）が刊行された。本稿は、そのうちで“ツーリズムの定義・概念・理論類型”にかかわる部分を中心に、同書に依拠して特徴的な諸点を明らかにし、大方の参考に供するものである。

ちなみにスミスは、同書の本文冒頭で「ツーリズムは複合的な（complex）ものである。多分、社会科学の中で最も複合性の強い領域の 1 つである。それは、人間行動（human behavior）の 1 形態、社会現象の 1 つ、経済部門の 1 つ、政治分野の 1 つ、社会的環境的経済的変化の源泉の 1 つである」と書いている（Smith, 2017, p.1；ただしカッコ内は本稿執筆者のもの、以下同様）。

つづいて、故にツーリズム研究にはいくつかの研究の観点（different perspectives）があるが、同書として「中心的に伝えたいことは、ツーリズム研究の方法には唯一正しいものしかないというのでは全くない（no single right way of doing tourism research）が、しかし（研究方法によって）研究がうまくゆく場合もあるし、そうでない場合もある」ということであると述べている（Smith, 2017, p.1）。本稿もこれを指導格率とするものである。

## II. ツーリズムの定義

ここでツーリズムの定義とは、端的にはツーリズムの量的把握、すなわちツーリスト数の統計的把握に役立つことができるようなツーリズムの定義、つまりツーリストの統計的把握に志向した規定のことをいう（詳しくは大橋, 2013, 参照）。

この点に関しスミスは、「ツーリズムは人々（ツーリスト）が行うものであり、（ツーリストであるかどうかは、ツーリズム事業といわれる）事業体（businesses）で決められるものではない」（Smith, 2017, p.6）ことを強調し、これを指導原理としているが、これはどのようなことを意味するものであろうか。

これは、ツーリストであるかどうかは、ツーリスト本人によってのみ、つまりツーリストが自らをツーリストとして認めることによってのみ確定されるものであって、ツーリズム事業体、例えば（ツーリスト用に作られている）宿泊施設や交通事業、買い物施設等を利用して人、すなわちそうした事業施設の利用者をもって直ちにツーリストとすることはできないことをいうものである。

というのは、後者のツーリズム事業施設とされているものの利用者の中には、（いわば本来の）ツーリストである人以外に、例えば仕事上の出張で来ている人や、個人的な事由で、例えば冠婚葬祭やいわゆる帰省のための旅行者もありうるからである。こうした仕事上の出張者や個人的用務のための旅行者等は、少なくともツーリズムの定義いかんでは、ツーリストにはならない。

このことは、ツーリストであるかどうかは、究極的にはツーリスト本人でないとわからないことを意味するとともに、ツーリズムの定義いかんによりツーリスト数は異なることを意味するが、ツーリスト数の統計的把握では、旅行者一人ずつにその旅行の意図がどのようなものかを尋ね確認することはできない（という考えにたつ）場合には、なんらかの客観的事実でツーリストかどうかを確定するしかない。あるいは、なんらかの統計基準でツーリストと推定されるものを決めておく必要がある。

例えば日本の場合、観光庁制定の「観光入込客統計に関する共通基準」（現行は 2013 年改定のもの）はそうしたもので、

それによると「観光とは、余暇、ビジネス、その他の目的のため、日常生活圏を離れ、継続して1年を超えない期間の旅行をし、または滞在する人々の諸活動」と定義されるとともに、「観光入込客とは、訪問地での滞在が報酬を得ることを目的としたもの」と定められている。

これは、基本的には、世界観光機関（UNWTO）で定めているツーリストの国際的定義に準拠したもので（ただしUNWTOのそれは厳密には“visitor”の定義、この点について詳しくは大橋, 2013をみられたい）、内実的には国際的に共通した定義とみていいものであるが、こうした定義によれば、ツーリズム先で報酬を取得する意図がないものであるならば、ビジネス上の出張者も、帰省や冠婚葬祭のための個人的用務旅行者も、すべてツーリスト（観光客）になる。これは、上述の統計的把握上やむを得ないことであり、こうしたものを本稿ではツーリズム（観光）の定義とよんでいる。

### Ⅲ. 国内ツーリズムの定義について

ツーリズムの本来の定義という点からすると、上記の日本観光庁制定の「観光入込客統計に関する共通基準」にしても、その世界的共通版といえる世界観光機関の国際的定義にしても、ツーリズムの定義として不足しているところが、あるといえはある。それは、ツーリスト（観光客を含む）が自宅等の日常生活圏から離れて旅行し滞在するものという場合、その離れる距離の長さは、ツーリズムの定義上関係がないのか、という問題である。

この点は、国際的ツーリズムでは、国境を越えることが1つの基準になるから、特に問題はないが、そうしたことのない国内ツーリズム（domestic tourism）では、例えば国土の広いアメリカやカナダ等では問題となることがある。この点に関する定義（operational definitionといわれる）のいかんは、世界観光機関では、設けるかどうかを含め、各国に一任されたものになっている。この点に関する各国の対応は、スミスによると、次の4者に分かれる。

第1は、日本も入るケースであるが、法令や基準などにおいてこの点はなんら規定せず、扱いは、関係者・当事者に任されている場合である。

第2は、自宅的場所から離れて旅行する距離は不問とし、その回数を基準にするものである。つまり日常的によく行くような所はツーリズム先とはいえないという考えにたち、同一個所で訪ねる回数が多いものはツーリズムとはみないものである。

第3は、国内ツーリズムはとにかく自国国境を越えないと規定するものであるが、この規定は、上記で一言したように、国土の広い国ではあまり意味がない。

第4は、国境とか州境等は考えないで、（自国内においても）自宅的場所から離れる距離の長さを基準にするもので、自宅近くに行くことはツーリズムとはいえないとするものである。例えばカナダの公的統計では、現在（2005年確定：Smith, 2017, p.33）、

自宅的場所から80キロ以上遠方まで旅行するものがツーリストとされている。

ツーリズムの定義は以上とするが、こうした定義に対しては、（上記のスミスの提議からも）当然、日常的通常的にツーリズム（あるいは観光）といわれているものとは乖離しているという声がある。そこで、統計的把握可能性のいかんは別にして、ツーリズム（あるいは観光）の真の姿をとらえた規定が必要とされ、世界にも多くの論者により提議されている。本稿筆者では、こうしたものは、上記の“定義”とは別なものとして、（ツーリズムあるいは観光の）“概念”とよぶものとしている。

### Ⅳ. ツーリズムの概念

上記のような意味における概念の規定について、スミスは代表的なものとして、以下のような7種のものを挙げている。以下では、それぞれの論者の規定と、それに対するスミスのコメントを記載している。また全体として、異なった時期の規定も挙げられており、時代的変遷が分かるようになっている。

ただし、以下の諸論者の規定は、スミスの著ではすべて“definition”とされているが、同著では同じ個所に、（本稿筆者のいう）ツーリズムの統計用定義として（上掲の）UNWTOの定義が、別のものとして、挙げられているところからみて、以下の諸論者の規定は、本稿筆者のいう“概念”に相当すると考えられる。

また、これらのものの中には確かに、例えばUNWTOの定義を土台にして、統計的把握を考慮しているものもある。本稿筆者としては、“概念”でもこうした点を斟酌したものがあることを示したと解されるべきものと考えている（以下はSmith, 2017, pp.3-4による。コメントはすべてスミスのもの）。

#### ① セッサ（1971年）の規定（Sessa, 1971, p.5）

「ツーリズムは、自宅以外の所に旅行し滞在することから生まれる諸関係（relations）と諸現象（phenomena）の総体（sum）をいう。ただしその滞在が永続的居住（permanent residence）にならないものに限る」。

コメント：「これは、早期段階におけるツーリズムの需要側にたった規定で、当該地域の居住者か非居住者かに焦点を置いたものである。ただしこれでは、そもそもトラベル（travel）についての規定が不十分である。例えば、それではトラベルは（永住的）居住地変更をしないものということは提示されているが、このことを除いて、トラベルの動機には触れられていない。また、『諸関係と諸現象の総体』という文意も曖昧（vague）である」。

#### ② ジャファリ（1977年）の規定（Jafari, 1977, p.5）

「ツーリズム（論）とは、ある人が通常的常住地（usual habitat）を離れ、その人のニーズに対応した事業体（industry）が行う事業行為、およびその人と当該事業体が、受け容れ地（host）の社会文化的経済的（social-cultural economic）な環境と物的（physical）な環境に与えるインパクトについての研究をいう」。

コメント：「これはもともと、ジャファリが創刊した学術機関誌『Annals of Tourism Research』のいわゆる守備範囲を説明するために提示したもので、ツーリズムを広くとらえたもの、つまり同誌がツーリズムの供給・需要・インパクトの全面を取り上げるものであることを公示したものである。ただしこの定義では、ツーリズムが1つの研究分野 (a field of study) とされていることが注目される」。

③ マッキントッシュ／ゲルドナー (1977 年) の規定 (McIntosh and Goeldner, 1977, p.ix)

「ツーリズムは、ビシターを誘引し、輸送すること、宿泊させること、かれらのニーズとウォンツに応じ愛想よく接待すること (catering) に関する学問 (science)、技能 (art)、ビジネス (business) と定義されるものである」。

コメント：「マッキントッシュは、別のテキストブックでは、ツーリズムの供給側の規定を提示し、ツーリズムを1つの産業 (industry) であり、キャリア選択のある分野であることを強調している。そしてこの (上記の) 規定では、誘引するもの、運ぶこと、宿泊すること、さらに他のニーズが挙げられていることに注意されたい」。

④ レイパー (1979 年) の規定 (Leiper, 1979, p.390)

「ツーリズム産業は、ツーリストのそれぞれのニーズとウォンツに役立つことを意図しているすべての企業 (firms)、組織 (organizations)、施設 (facilities) から成るものである」。

コメント：「これは、ツーリストの受けるサービスの源泉を強調したところの、初期段階の供給サイドの規定である。この場合レイパーは、自由意思による (discretionary) 一時的ツーリストとは、ツーリズム地で一泊するが、しかし滞在地で所得獲得活動をしないうものと規定している」。

⑤ 『ツーリズム・データに関するカナダ国立タスクフォース』 (1989 年) の規定 (Canadian National Task Force on Tourism Data, 1989, p.31)

「ツーリズムとは、永住的居住環境から離れた所でビジネスや快楽的営為 (pleasure) あるいは余暇活動 (leisure) をするものを支援するところの、物財やサービスを直接供給するものの総体 (amalgam) をいう」。

コメント：「この規定は、もともとツーリズム統計において、ツーリズムが他の産業と異なる経済活動形態であることを明確にすることに志向したものである。しかしこれによるとツーリズムは、個別的な産業を結び付けた『総合的産業』 (a synthetic industry) として位置づけられることになる」。

⑥ レイパー (1990 年) の規定 (Leiper, 1990, p.17)

「ツーリズムは、『ツーリストであること』にかかわる観念のセット (the set of ideas)、理論 (theories) もしくはイデオロギー (ideologies) をいうものであり、それは、これらの観念が実践に移された場合、人々がツーリストという役割 (touristic roles) で演じる行為 (behavior) となるところの (引き金的な) ものをいうのである」。

コメント：「レイパーのこの規定を、前記の 1979 年のそれと

比較されたい。この 1990 年の規定ではレイパーは、ツーリズムについて供給サイドから接近することを止め、ツーリズムを抽象的に、すなわち“観念のセット”としてとらえている。つまりレイパーは、ツーリズムを“1つのイズム (主義)”として、例えば資本主義 (capitalism) や社会主義 (socialism) などと同様な、生活上の1つの“イズム”として、(つまり“ツーリズムイズム”とっていいものとして (本稿筆者注記)) とらえている。ただしその場合ツーリズムは、ツーリストの果たす役割においてとらえられていることに注意されたい」。

⑦ マッキントッシュ／ゲルドナー (1990 年) の規定 (McIntosh and Goeldner, 1990, p.4)

「ツーリズムは、ツーリストやビシターを誘引し、受け容れる際に行われるところの、ツーリスト、(ツーリズム関連の) ビジネス、受け容れ地の政府・自治体において起きる諸現象と諸関係の総体をいう」。

コメント：「マッキントッシュは、前記の初期の供給サイドにたつ規定から、このより体系的な (systemic) 見解に移行している。この新しい規定では、単にサービス活動の諸要件のみならず、マーケティング、プランニング、情報処理の諸活動も暗示的に含まれている。ただしこの場合、“ツーリスト”は少なくとも1泊をするものとされ、日帰り客は、それ以外の“ビシター”とされている」。

⑧ グン／ヴァル (2002 年) の規定 (Gunn and Var, 2002, p.4)

「ツーリズムは、それ自体 (tourism itself) としては、1つの抽象 (an abstraction) である。それは (現実には) 存在するものではない。…それは1つの学問 (discipline) でもない。それは (現実には、ある種の行動にともなう) 物件的な (physical) もの、プログラムのなもの (programme)、あるいは行動の部分 (action parts) (として発現しているもの) をいうのである」。

コメント：「この規定は、かなり挑発的な (provocative) ものである。つまりこれによると、ツーリズムは単に頭の中にあるだけのものである。実際の交通、宿泊、見物の行為などは他の利用客 (ツーリストではない、例えば単なる交通客) などと変わるところがないものであり、こうした行為ではツーリズム客すなわちツーリストとして特別なものが何かあるというものではない、ことを主張するものである。これは (上記の) “ツーリズムは (ツーリズム計画という) 観念” であるという考え方をさらに発展させたものである。ただしこの場合には、こうしたツーリズム計画は、特定のツーリズム目的地という特定の実在物 (entities) にかかわったものとされていることに注意されたい」。

この上にたつて、ツーリズム理論が提起されるが、それにはどのような類型があるか。

## V. ツーリズムの理論類型

スミスによると、現在のところ、ツーリズムの理論類型 (typology of theory in tourism) には大別すると、以下のような7種のものがある (Smith, 2017, pp.20-21: 以下における“特色” (brief description) も“付



加的コメント”(additional comments)もスミスによるもの。ただし“見出し”(category)として“タイプI”等以外の表記はない)。

### ① タイプI

特色:「経済学や自然科学で見出されている形式(form)に基づくところのものをいい、いわゆる“伝統的”(traditional)な理論をいうもの」。

付加的なコメント:「タイプI理論は、基本的には、実体的な経験的な論拠(evidence)の上にたち、扱う現象が関連する(connected)他の理論と統合される(integrated)もので、反証可能な仮定(falsifiable hypotheses)に立脚するものである。一般的には、1つの時点では1つの理論しか存在しないとされる。前提とされている仮定が誤っていることがいく度か理論的に提示されると、その理論は誤謬の恐れ(probably)があるものとされ、再編成すること(refine)もしくは他のものに置き換えられることになる。ただしこのタイプの理論は、ツーリズム研究ではかなり姿を消している」。

### ② タイプII

特色:「このタイプの理論は、通常的には経験的(empirical)であるが、先験的(a priori)なモデルと同義的なものをいう」。

付加的なコメント:「タイプII理論は、確かに実体的な経験的な論拠(evidence)に立脚するが、関連した事象を扱うところの他の理論との統合は、否定される場合もあるし、肯定される場合もある。このタイプの理論はまた、反証可能な仮定に立脚する、同一現象を扱う複数の理論が、同時に並存すると考えるものである」。

### ③ タイプIII

特色:「理論というものは、統計的な分析(statistical analysis)と等しい、と考えるもの」。

付加的なコメント:「タイプIII理論は、要するに、記述(description)、説明(explanation)、予測(prediction)のために用いられる統計的モデルのことである。ただしこの場合モデルはアド・ホックなものである。すなわち、明確なフォーマルな概念に立脚した基本(foundation)もしくは理論に土台を置いたり、結び付いたりしたものではなく、かつ、大きな概念的フレームワークとの統合性もないものである。この種の理論では、典型的には、反証可能な仮説が生み出される。従ってこのタイプの理論は、“モデル”とよばれるのが適している」。

### ④ タイプIV

特色:「理論は、検証不能性(untested)なもの、もしくは検証不能な言語上(verbal)あるいはグラフィックな(graphic)モデルである、とするもの」。

付加的なコメント:「タイプIV理論は、記述や説明に用いられる概念的モデルを提示するだけという点では、性格的にはタイプIIに類似している。タイプIIと異なるところは、そ

のモデルが反証可能な方法では示されない、あるいは示されることができない、とすることにある。この種の理論は、言語的表現(verbal)に志向する傾向が強いが、グラフの表記に依拠するところもある。この種の理論は、“モデル”もしくは“概念”とよぶのに適している」。

### ⑤ タイプV

特色:「理論は、認識論(epistemology)である、とするもの」。

付加的なコメント:「タイプV理論は、この世界のものを考察する、フォーマルに表現された(formally articulated)方法たらしとするものであるが、ただしその場合、反証可能な仮説に立脚しているとは限らないとする。この種の理論は、要するに、疑問(question)を提起し、情報を集め、観察されたものがどのように解釈されるか(interpreted)についての理論類型の設定を提起しているものである。この種の理論は、“認識論”あるいは“パラダイム”もしくは“研究デザイン”(research design)といわれるべきもので、本来の“理論”とはいえないものである」。

### ⑥ タイプVI

特色:「理論とは、土台基礎のある理論(grounded theory)をいう、とするもの」。

付加的なコメント:「タイプVI理論は、何よりも論述が(例えば)インタビュー記録(interview transcripts)について構造的な、シーケンシャルな、主体的なコード化(structured, sequential, subjective coding)から生まれることを前提とするところに特色がある。従って、他方では、この土台基礎のある理論で見出されたもの(findings)は、当該研究に特定のコンテキストを離れて一般化されることはできないとされる。同一的現象を対象としたものでも、研究者により異なった結論になることがある。研究者の見解が異なることがあるからである。ただしこのアプローチも、“シーケンシャルな”あるいは“反復的な(iterative)コーディング化”というべきもので、理論とはいえない」。

### ⑦ タイプVII

特色:「土台拘束性のないラベル的(label)もしくは形容詞(adjective)的な理論をいうもの」。

付加的なコメント:「タイプVII理論は、“理論”という言葉について、それは、それ以上の発展や提議がなく、かつ既存理論との結び付きもないものを示すものととらえ、理論とはそうしたものと規定するものである。反証可能性のない論述、発議や仮説提起に力が注がれる。逆に、アプリオリなモデルがデータの収集や分析で用いられることは否定される。経験的な結果については、通常の記述的な形で示されているだけの場合や、深いモデルや洞察を反映していない場合でも、良しとされることがある。ツーリズム研究では、この種の理論の形で提示することが急速に進んでいる。この種の理論でも、理論と名の付くものを発展させる必要が大と感じている研究者が増えている

ためである」。

## VI. ツーリズム理論の性格

ここで“理論の性格”というのは、当該理論の提示しているものが、“事実のありのままの探究にとどまるものか”、あるいは、“現状の変更を目指してなんらかの方策の提示を試みているものか”などに関し、理論のあり方を論じるものである。

こうした観点は、周知のように社会科学では、根本的には20世紀初頭におけるマックス・ウェーバーの提起に始まる“学問における価値判断の可否の論争”にまで遡るが、スミスによると、今日のツーリズムにおけるこうした問題は、2001年にジャファリが提示した次の4つの“理論プラットフォーム”(platform)の違いに代表される(Jafari, 2001, cited in Smith, 2017, p.15: 以下の掲載順はスミス提示のまま)。

### ① 誘導的 (advocacy) プラットフォーム

「この種の理論は、ツーリズムを1つのポジティブな力 (positive force)、とりわけデスティネーション経済の貢献者 (contributor) としてとらえ、ツーリズムの便益をさらに高めるよう研究を行うとするものである。その研究で焦点となるものは、ツーリズムの経済的便益はどのように測定され、向上するものかということ、あるいは、新しい製品や市場について当該デスティネーションに帰属する有利部分はどのようなものかを確定し、その増加策を提示することである。この種の研究は、記述、説明およびいくらかの予測 (forecasting) を任とする」。

### ② 警告的 (cautionary) プラットフォーム

「これは、要するに、ツーリズムはネガティブな結果 (negative effects) をもたらすものであることを警告する立場にたつものであり、その研究の中心点は、ツーリズム進展には必ずコスト、すなわち犠牲あるいは損害が生まれるものであることについて注意を喚起し、問題提起するところにある。ただしその場合コストは、必ずしも金銭的な (financial) ものだけに限られない。むしろそれは主として、例えばデスティネーションにおいてツーリズムにより生み出される自然環境や社会的環境の悪化問題をいうものであるが、その際ツーリズムは、一般的には、国際的交易 (trade) の一形態とされる。この種の研究でも、内容は記述、説明およびいくらかの予測である」。

### ③ 適合的 (adaptancy) プラットフォーム

「これは、一言でいえば、前記①のツーリズム成長促進的立場の『誘導的プラットフォーム』と、そのいわばアンチテーゼである②の『警告的プラットフォーム』とのジンテーゼ (synthesis) であって、この種の研究は、ツーリズムについて便益とコストとの両面があり、両者とも十分に斟酌されるべきであるという見地にたつ。すなわち、便益向上とコスト低下の実現を目指す。故にこの種の研究は、典型的には行動研究 (action research) の形をとり、目標 (goals) の達成のための戦略 (strategies) の展開を目指す。その際の目標は、ク

ライアントが求めているものである場合もあるが、当該研究者自身で重要と考えている場合もある」。

### ④ 科学的 (science) プラットフォーム

「これは、ごく最近、勃興しつつあるもので、“科学”とは“知識” (knowledge) と同義とされる場合もある。この種の研究は、通常、経験論的 (empirical) な観点にたち、政治的中立 (politically neutral) の立場をとる。この場合ツーリズムは、それ自身において (in its own right) 研究に値する事象と位置づけられ、ツーリズムに対してなんらかの (価値判断的) 立場、すなわち、促進 (promoted) 的、あるいは逆に貶置 (thwarted) 的、もしくはコントロール的 (controlled) 立場をとることなどは原則上ないものとされる。故にこの種の研究では、さしあたり、例えばデスティネーションにおけるツーリズム規模 (magnitude: ツーリスト数やツーリズム関係雇用数など) についてのより正確な把握などが課題になるが、その場合その測定値が (なんらかの先験的基準もなしに) 高いか低い、あるいは最適かの判断はなされない」。

## VII. おわりに

### 1. ツーリズムとは何か

スミスは、学問・科学のあり方に関連し、「社会科学では、体系的な論理 (systematic logic) に立脚した思考に関連したタームを使用して理論展開を図ることが多い。故に、様々な現象が相互にどのように関連するかについての原則や概念的モデルは、これを含むことが多いが、しかし他方、これら諸関係がどのような経験的論拠 (empirical evidence) に立脚しているかは、考慮外とされることがある。そしてこの場合タームは、イデオロギーといってもいい役割を演じるものとされている」と述べている (Smith, 2017, p.19)。ここでいうタームとは、スミスによると要するに、前掲のツーリズム理論の7つの類型をいうものとされている。

スミスのいうように、社会科学の理論が現実的根拠から離れ、一種のイデオロギーのようなものになることは、本稿筆者としても認めなくてはならないが、社会科学が対象にするものは、究極的には、ツーリズム論においても、あくまでも人間の行為であり、それは、人間の思考によって決まるものであるという意味においては、社会科学としてのツーリズム研究で究極的に研究対象、というよりは研究目的になるものは、あくまでも人間行動の根源としての人間思考であることが、見失われてはならないと考える。

こうした意味でいえば、ツーリズムの概念規定において、レイパー (1990年) が「ツーリズムとは、ツーリストであることにかかわる観念のセット」とし、またゲン／ヴァル (2002年) が、ツーリズムとは、要するに、ツーリストの頭脳の中にある「1つの抽象」であると規定しているのは、実に啓発的である。

つまり、レイパー (1990年) やゲン／ヴァル (2002年) によると、ツーリズムとは、あくまでも、ツーリストが当該ツーリズム行為に

ついてもつ観念、すなわち、それがどのように行われるかについて抱くところの、抽象的な構想や表象あるいは計画であって、実際的にも、例えば交通機関を利用して旅行すること自体、あるいは、ホテルなどに宿泊する行為や買い物行為そのものをいうものではない。というのは、そうした行為は、買い物や交通そのもの、あるいは宿泊そのものであり、実際にも販売商店や交通業、宿泊業において、そのようなものとして、(例えば交通業の場合には)当該交通機関の他の利用者一般となら異ならない利用者として扱われるだけのものであるからである。

つまり、こうした買い物や交通、宿泊などにおいては、ツーリストだからといって、特別な行為をするものでないし、当該機関や施設においても特別の扱いを受けるものではない。故にここにツーリズムたることについての特段の意義を見出すことはできない。レイパー (1990 年) やゲン／ヴァル (2002 年) は、このことを主張するのであり、それには、聞くべきところが実に大きい。

もっともこうした提議に対しては、ツーリズムの定義や概念としては、実に奇異なものであると感じる人が多いと思うが、実はこのことは、例えば日本の「標準産業分類」(英語では Standard Industrial Classification) 等において、業種名として“観光業”というもののなどは存在しないものとなっていることに照応しており(この点について詳しくは大橋, 2019 を見られたい)、なんら奇異なものではない。いわばその理論的背景をなすといっているものである。

この点についてスミスも、“industry”といわれるものは、基本的には単一の製品もしくは商品 (commodity) の産出または扱いを範囲とするものであり、ツーリズムについていえば、本来、交通 (transportation)、宿泊 (accommodation)、リクリエーション (recreation) などというレベルで別々の 1 つの産業 (業種) として位置づけられるものである。故に、こうしたいわば異種商品を含むツーリズムというレベルのものをもって、1 つの産業ということとはできない、と論じている (Smith, 2017, pp.6-7)。こうした見解によると、現実に存在するものは、交通業、宿泊業あるいはリクリエーション業をいうものだけであって、ツーリズム業 (あるいは観光業) というものなどは存在しない、ということとなる。

ただし“ツーリズム”(“観光”を含む)というものが無いのではない。そうした“ツーリズム”とは何をいうのかといえ、それは、例えばゲン／ヴァル (2002 年) のように、ツーリストの頭の中にある抽象的なツーリズムとして各地を旅行する行為についての抽象的な観念ということになるし、その根源は、レイパー (1990 年) のように、1 つのイズム、考え方、すなわち 1 つのイデオロギーということとなる。これは、例えば“帰省旅行”という場合をみれば、よくわかる。“帰省”は、当該旅行者の持つ 1 つの観念である。また、“観光”について、“(国)の光を観る”とするのも、いうまでもなく、1 つの観念である。

## 2. ツーリズム論の考え方

では、ツーリズムのイデオロギーあるいはイズムというのは、具体的实际的にどのようなものをいうのか。本稿筆者としては、それは“非日常性”を求めるイデオロギーあるいはイズムであり、その本義は、人々が“非日常性を求めて自宅の居住地から移動するところ”にあると考える(この点詳しくは大橋, 2014 を見られたい)。

この場合このことは、ツーリズム地は自宅の居住地とは地域的に異なるものであることを含意しており、このことは、さらに、ごく一般的にいうと、地域というものはすべてそれぞれにおいてなんらかの地域的な土着的な独自性があり、同一のものでは全くないことが意味されていることに留意されるべきである。

つまり、ツーリズム地といわれるものはすべて、それぞれにおいて地域的に差異があり、独自性をもつものである。その上で、ツーリスト集客面で競争し合っているものである。それはあくまでも、地域的条件の非同一性に立脚したものであり、故に原理的には不均等に (uneven) 発展するものととらえられなくてはならない。つまり、ツーリズム地すなわちデスティネーションは、原理的には相互に発展に違いがあるもの、すなわち不均等に発展するととらえられることを必須とするものである。

こうした地域的条件の違いによる不均等発展の法則は、少なくとも国単位のものについて、マルクス主義理論では、ロシア革命で有名なレーニンによって発見されているといわれるが、近年のツーリズム論では、カナダ、ブロック大学のブラウダー (Patrick Brouder) らにより提唱されている“進化論的経済地理学” (evolutionary economic geography : EEG) により、理論的進展が図られている(この理論方向について詳しくは大橋, 2020a をみられたい)。これによると、ツーリズム地すなわちデスティネーションの不均等発展が、ツーリズム論の究極的な土台の根本原理の 1 つになる。

この上において、なお、ツーリズムの理論類型に関し、次の 2 点を述べておきたい。ただし、この 2 点は、前記のスミス説のような“現にあるもの”という意味のものではない。あくまでも“目下考えられるもの”であって、スミス説に対するいわば補足であり、前掲のスミス説とは次元が異なるものである。

第 1 点は、本稿筆者としては、ツーリズムの理論類型として、ツーリズムをサービス業としてとらえるアプローチが有用と考える、という点である。この点は、直接的には、例えば日本の「標準産業分類」では、周知のように、産業分類種別として「観光業」という名のものが無いこと、すなわち、産業種別としては「宿泊業」などしかなく、そしてそれらはすべてサービス産業とされ、また交通業等も、経済的本質的にはサービス産業に位置づけられることに基づくものであり、要するに「観光業」は、本来、サービス産業と規定されるべきものであることに立脚する。

サービス産業の特徴的本質は、簡単には別稿 (大橋, 2019) で論じているので、それをみられたいが、サービス業務は、要



するに、人間行為がそのままの形で他の人の需要の対象となり、そうしたものとして消費されるものである。もっとも、サービス業務にはいくつかの側面(契機)がある。ツーリズムについて、本稿冒頭で紹介しているように、スミスが指摘しているのと同様である。サービス業務についても、少なくとも認識観点を定め、経験対象(Erfahrungsobjekt)と認識対象(Erkennnisobjekt)とを区別することが不可欠である。

第2点は、近年、なかんずく1990年代以降、(いわゆるツーリズム業を含む)企業行動の戦略的方策では、対応する市場の(今後のあり方いかんを含む)状況の掌握に努めるよりも、当該企業の持つ資源(resources)や企業能力(capabilities)の充実について力を注ぐことの方が、より重要という考え方が有力になっていることである(Pidun, 2019, p.34)。

これは、社会動向が世界的により強く連動し合うものとなったこともあって、その不透明性が高まり、顧客の動向がとらえ難くなっている現在の社会では、顧客の動向、つまり市場の動向の把握に努めるよりも、自らの企業力の増強に努め、いかなる市場変化にも直ちに対応できる力を保有しておくことの方が、より有効という考えにたつもので、ツーリズム業務にも妥当すると考えられる。つまり、今やツーリズム関係企業体経営の充実が時代の要請ということである。

特にツーリズムの量的進展が著しい近年の状況では、この視点が重要と料する。例えば、日本の一部では、かねてから“オーバーツーリズム”といわれる事態が起きていた。ところが2020年2月になって日本でも「新型コロナウイルス感染症」事象が起き、ツーリズム状況を含め事態は一変した。ここにおいて、ツーリズムでも企業力の充実・蓄積が最高の絶対的原理となるべきことが、いかに示された。これは、根本的には、現在、世界的に論議の真最中にある“レジリエンス”(resilience)の問題である(文献: Cheer and Lew (eds.), 2018)。

“レジリエンス”は、本稿筆者のみるところ、要するに、企業などを含む経営体の根本的な危機対応力とっていいものであるが、それには、大別すると、徐々に長期にわたり漸次的に進行する変動に対応する“漸次的レジリエンス”と、突発的に一時的に短期で起きる変動に対応する“突発的レジリエンス”とがある。レジリエンスというと、後者の“突発的レジリエンス”のみをいうとする論説が多いが、近年では前者の“漸次的レジリエンス”も重要という主張が叫ばれている。こうした点について詳しくは、本誌収録の別稿(大橋, 2020b)をみられたい。

## 参考文献

- Canadian National Task Force on Tourism Data (1989), *Final Report of the Canadian National Task Force on Tourism Data*, Ottawa: Statistics Canada.
- Cheer, J.M. and Lew, A.A. (2018) (eds.), *Tourism, Resilience and Sustainability: Adapting to Social, Political and Economic Change*,

- London: Routledge.
- Gunn, C. and Var, T. (2002), *Tourism Planning*, 4th ed., New York: Routledge.
- Jafari, J. (1977), Editorial, *Annals of Tourism Research*, vol.5, pp. 5-11.
- (2001), The scientification of tourism, in: Smith, V. and Brent, M. (eds.), *Hosts and Guests Revisited: Tourism Issues of the 21 Century*, New York: Cognizant, pp.28-41.
- Lacy, G., Weiler, B. and Peel, V. (2018), Sustainability or resilience? Poverty-related philanthropic tourism as an agent for deliberate slow change, in: Cheer, J.M. and Lew, A.A. (eds.), *Tourism, Resilience and Sustainability: Adapting to Social, Political and Economic Change*, London: Routledge, pp.280-294.
- Leiper, N. (1979), The framework of tourism, *Annals of Tourism Research*, vol.6, pp. 390-407.
- (1990), *Tourism Systems*, New Zealand: Massey University.
- McIntosh, R. and Goeldner, C. (1977), *Tourism*, 2nd ed., New York: Wiley.
- (1990), *Tourism*, 6th ed., New York: Wiley.
- Pidun, U. (2019), *Corporate Strategy: Theory and Practice*, Frankfurt am Main: Springer Gabler.
- Sessa, A. (1971), Pour une nouvelle notion de tourisme, *Revue de Tourisme*, vol.1, p.5.
- Smith, S.L.J. (2017), *Practical Tourism Research*, 2nd ed., Wallingford: CABI.
- 大橋昭一 (2013)「観光の本義」大橋昭一編著『現代の観光とブランド』第1章、同文館出版、3-10頁
- (2014)「観光とは何か」大橋昭一／橋本和也／遠藤英樹／神田孝治編著『観光学ガイドブック』第1章、ナカニシヤ出版、2-7頁
- (2019)「わが国における『観光業』の規定について—『日本標準産業分類』を中心に—」『和歌山大学・観光学』20号、77-82頁(観光フォーラム)
- (2020a)「ツーリズム・デスティネーション発展の進化論的アプローチ—『進化論的経済地理学 (EEG)』の研究—」『和歌山大学・観光学』22号、26-37頁
- (2020b)「現代ツーリズム論におけるレジリエンスをめぐる諸論調—レジリエンスの理論的解明をめざして—」『和歌山大学・観光学』23号所収

受理日 2020年6月11日